

**Белорусский государственный университет  
Факультет международных отношений**

**Кафедра международных экономических отношений**

**Реферат дипломной работы**

**«Роль брендинга в повышении конкурентоспособности  
национальной компании на зарубежных рынках»**

**Пытлякова Анастасия Андреевна,  
руководитель Климович Людмила Александровна**

**2015**

## РЕФЕРАТ

Пытлякова Анастасия Андреевна

### **«Роль брендинга в повышении конкурентоспособности национальной компании на зарубежных рынках»**

Дипломная работа- 97 с, 18 рис., 17 табл., 90 источников, 1 прил.

**Ключевые слова:** КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО, БРЕНД, БРЕНДИНГ, АРХИТЕКТУРА БРЕНДА, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ, СТРАТЕГИИ БРЕНДИНГА, ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ.

**Объект исследования** - процесс создания и управления брендами.

**Цель исследования** - анализ стратегий брендинга и их влияние на конкурентоспособность компании.

**Методы исследования:** общенаучные методы сравнительного анализа, анализ эмпирических и статистических данных, наблюдения и классификации.

**Полученные результаты и их новизна:** разработан алгоритм развития и поддержки национальных брендов на зарубежных рынках.

**Область возможного практического применения:** использование в практике белорусских компаний в процессе разработки брендинговых стратегий как на внутреннем, так и зарубежных рынках.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

## РЭФЕРАТ

Пытлякова Анастасія Андрэеўна

### **«Роля брэндынгу ў павышэнні канкурэнтаздольнасці нацыянальнай кампаніі на замежных рынках»**

Дыпломная праца — 97 с, 18 мал., 17 табл., 90 крыніц, 1 прыкл.

**Ключавыя словы:** КАНКУРЭНТНАЯ ПЕРАВАГА, БРЭНД, БРЭНДЫНГ, АРХІТЭКТУРА БРЭНДА, КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, ПАЗІЦЫЯНАВАННЕ, СТРАТЭГІЯ БРЭНДЫНГУ, ДЫФЕРЭНЦЫЯЦЫЯ, МАРКЕТЫНГОВЫЯ СТРАТЭГІІ.

**Аб'ект даследавання** — працэс стварэння і кіравання брэндамі

**Мэта даследавання** — аналіз стратэгіі брэндынгу і іх уплыў на канкурэнтаздольнасць кампаній.

**Метады даследавання:** агульнанавуковыя метады параўнальнага аналізу, аналіз эмпірычных і статыстычных дадзеных, назіранне і класіфікацыі.

**Атрыманыя вынікі і іх навізна:** распрацаваны алгарытм развіцця і падтрымкі нацыянальных брэндаў на замежных рынках.

**Вобласць магчымага практычнага прымянення:** выкарыстанне ў практыцы беларускіх кампаній у працэсе распрацоўкі брэндынгавых стратэгіяў як на ўнутраным, так і замежных рынках.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікі - аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

## ANNOTATION

Pytliakova Anastasiya Andreevna

### **"Role of branding in enhancing the competitiveness of the national companies in foreign markets"**

Degree paper - 97 p., 18 ill., 17 tab., 90 sources, 1 app.

**Key words:** COMPETITIVE ADVANTAGE, BRANDS, BRANDING, BRAND ARCHITECTURE, COMPETITIVE POSITIONING, BRANDING STRATEGY, DIFFERENTIATION, MARKETING STRATEGY.

**Object of research-** the process of creation and management of brands..

**Purpose of research** - analysis of branding strategies and their impact on the competitiveness of the company.

**Research methods:** scientific methods of comparative analysis, empirical analysis and statistical data, observation and classification.

**Obtained results and their novelty:** algorithm of the development and support of national brands in foreign markets.

**Aria of possible practical application:** use in the practice of Belarusian companies in the development of branding strategies for both the domestic and overseas markets.

The author of the work confirms that computational and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the investigated process, and all theoretical, methodological and methodical positions and concepts borrowed from literature are given references to their authors.